



ПРЕССА в Сибири

№ 35—36 (529) 17 • 30 сентября 2012 г. www.sibir.su
АГЕНТСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПЕЧАТИ И ИНФОРМАЦИИ СИБИРЬ

«ЮМИКОМ» представляет



«1000 советов»
Формат А 4
Количество полос 36
Вес 55 г
Стандарт пачки 100
Периодичность 2 раза в месяц



«Непоседа»
Формат А 4
Количество полос 32
Вес 70 г
Стандарт пачки 100
Периодичность 2 раза в месяц

ВСЕГДА ВМЕСТЕ!!!

В НОМЕРЕ

СЕТЕВЫЕ СМИ И ЗАКОН «О ЗАЩИТЕ ДЕТЕЙ ОТ ИНФОРМАЦИИ»

●
НОВОСТИ

страницы 2, 3

прайс, графики заказа
и возврата на неделю

вкладка 1—48

новости отрасли

страницы 3—6

правила работы
с «АРПИ «Сибирь»

страницы 7—8



Продолжается прием заявок
на участие в **XXIII семинаре**
АРПИ «Сибирь»

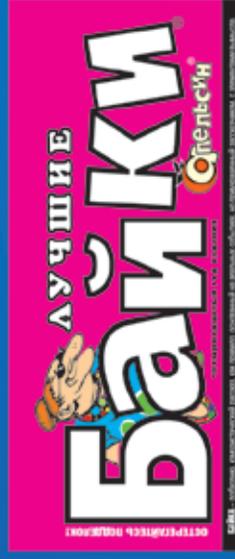
24—26 октября 2012 г.

Отель «Новосибирск»

Будем рады
встрече
на семинаре!



Издательский дом «Апельсин» ЭТО НЕ ТОЛЬКО ВЕСЕЛЫЕ ИЗДАНИЯ



НО И ЛУЧШИЕ ШИФРОВЫЕ ГОЛОВОЛОМКИ!

Все задания

составляют люди!

В этом наш секрет успеха и долголетия

На рынке Северо-Запада

мы продаемся уже 13 лет!



Попробуйте и Вы!



МЕНЯЮТСЯ ЦЕНЫ

Форма	Наименование издания	↑↓	№	Опт	База	Розница
б	Конфетки...Бараночки...	↑	2012/20	27,65	30,70	45,00
б	Сканворды.Домашняя энциклопедия	↑	2012/1	21,45	23,60	30,00
г	"1000 секретов. Спецвыпуск. Календарь 2013 "Год змеи""	↑	2012/22/С	35,55	39,40	55,00
г	1000 секретов.Спецвыпуск.	↑	2012/28/С	37,80	41,90	60,00
г	Азбука вашего здоровья	↑	2012/14	16,20	18,00	27,00
г	АиФ Вопросы и ответы.Спецвыпуск	↑	2012/18	15,00	16,70	21,00
г	АиФ Дача .Спецвыпуск	↑	2012/17	15,00	16,70	21,00
г	АиФ Здоровье. Спецвыпуск	↑	2012/15	15,00	16,70	21,00
г	АиФ Общество.Спецвыпуск	↑	2012/16	15,00	16,70	21,00
г	Аппетитные истории	↑	2012/20	16,45	18,20	27,00
г	Вокруг цветов	↑	2012/21	17,25	19,10	28,00
г	Все Для дома, для семьи	↑	2012/21	19,75	21,00	26,00
г	"Газета "Добрые рецепты здоровья""	↑	2012/14	15,15	16,80	21,00
г	Доктор Лекарев	↑	2012/21	16,20	18,00	27,00
г	Занимательный клуб АБВГД-ейка	↑	2012/21	16,80	18,60	28,00
г	Знаки	↑	2012/21	16,65	18,40	28,00
г	Знаки Спецвыпуск	↑	2012/12	16,65	18,50	28,00
г	Мастер цветов	↑	2012/21	17,20	19,00	28,00
г	"Моя прекрасная дача Спецвыпуск." Лунный посевной календарь 2013""	↑	2012/10/С	29,30	32,60	41,00
г	Обереги и талисманы	↑	2012/14	16,20	18,00	27,00
г	Обереги и талисманы.Спецвыпуск	↑	2012/13	16,20	18,00	27,00
г	Объединье	↑	2012/21	16,35	18,10	27,00
г	Попутчик У нас все дома	↑	2012/10	9,65	10,70	13,50
г	Растем вместе	↑	2012/21	19,55	21,70	33,00
г	Сезон у дачи	↑	2012/21	17,20	19,00	28,00
г	Советы для диеты	↑	2012/10	16,65	18,50	28,00
г	Ступени Оракула.Спецвыпуск	↑	2012/6	16,35	18,20	28,00
г	Цветы для дома	↑	2012/12	17,20	18,60	26,00
гмто	Комсомольская правда (четверг-толстушка) Томск	↑	2012/42-т	12,95	12,00	18,00
ж	ЮУ	↑	2012/10	43,30	48,10	75,00
ж	Автораскраска	↑	2012/21	16,65	18,50	28,00
ж	Азбука вашего здоровья.Спецвыпуск от А до Я	↑	2012/4	25,20	28,00	35,00
ж	Для маленьких принцесс	↑	2012/13	15,55	17,30	22,00
ж	Звери Спецвыпуск	↑	2012/10	17,20	19,10	24,00
ж	Компания	↑	2012/43	37,80	42,00	55,00
ж	Мальшарики	↑	2012/4	50,75	56,90	75,00
ж	Мистер Самоделкин	↑	2012/12	31,30	34,70	55,00
ж	Профиль	↑	2012/43	45,30	50,30	70,00
ж	Сезон у дачи Спецвыпуск.Удачный календарь.Ноябрь	↑	2012/10	22,60	24,00	30,00
ж	Сказка-Раскраска	↑	2012/20	18,00	19,90	30,00
ж	у Дачная энциклопедия	↑	2012/21	19,05	20,20	26,00
ж	Удачная энциклопедия.Житейские истории	↑	2012/12	22,60	24,00	30,00
ж	Фиксики	↑	2012/12	50,75	56,40	70,00
прт	FILLY (+ вложение)	↑	2012/10	91,15	101,30	130,00
прт	Ranini ГОЛ	↑	2012/9	44,90	49,90	70,00
фпи	Коллекционные игрушки Pop Pixie	↑	2012/бн	73,55	81,70	105,00

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

ИЗМЕНИЛОСЬ НАЗВАНИЕ

С № 24/2012 журнал «Купи авто. РФ» будет выходить под названием «Купи авто. Москва». Технические параметры, штрихкод и цена остаются прежними.

Бумажники бьют тревогу

В издательско-полиграфической отрасли наступает кризис

Содружество бумажных оптовиков бьет тревогу. В РФ нарушен ратифицированный Президентом РФ Протокол о присоединении к ВТО, в котором зафиксированы 5-процентные ставки ввозных таможенных пошлин на мелованные бумаги и картоны с момента присоединения к ВТО. А на основании нового Единого таможенного тарифа Таможенного союза с 23 августа с.г. при импорте мелованных картонов на его территорию применяется 15-процентная ставка ввозной таможенной пошлины, на импорт мелованных бумаг ставка пошлины повысится с 5 до 15 % уже с 1 января 2013 года.

Как известно, 21 июля 2012 года Владимир Путин подписал Федеральный закон РФ «О ратификации Протокола о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г.» № 126-ФЗ.

В данном протоколе на большинство кодов ТН ВЭД товарной группы 4810, по которым классифицируются мелованные бумаги и картоны, установлена 5-процентная ввозная таможенная пошлина с нулевым переходным периодом. Однако в Едином таможенном тарифе Таможенного союза (ЕТТ ТС), утвержденном Решением Совета Евразийской

экономической комиссии № 54 от 16 июля 2012 года на 16 кодов ТН ВЭД данной товарной группы размер ставок ввозных пошлин увеличен в три раза — с 5 до 15 %.

ЕТТ ТС вступил в действие с 23 августа, с момента присоединения Российской Федерации к ВТО. Как сообщается в письме Содружества бумажных оптовиков, повышение пошлин привело к срыву коммерческих договоров, поставок, высоким издержкам и прямым убыткам. Объем импорта продукции по данным кодам ТН ВЭД в 2011 году составил 623,7 тыс. тонн на сумму более \$685 млн.

Планета СМИ

НОВОСТИ

НОВОСТИ ИЗДАНИЙ

«СТУПЕНИ ОРАКУЛА. СПЕЦВЫПУСК» — САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ

С № 06/2012 газета «Ступени оракула. Спецвыпуск» становится самостоятельным изданием и будет называться «Ступени оракула. Тайны и загадки».

ИЗМЕНИЛИСЬ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ПЕРИОДИЧНОСТЬ

С № 20/2012 журнал «Конфетки... Бараночки» будет выходить в формате А5 с периодичностью 1 раз в месяц. Объем издания увеличивается до 132 страниц. Вес одного экз. составит 80 г, стандарт пачки — 40 экз. Штрихкод остается прежним.

ПРИОСТАНОВЛЕН ВЫПУСК

Выпуск журнала Up Special приостановлен. № 11–12/2012 из печати не выйдет.

МЕНЯЕТСЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Меняется периодичность издания «Дарья. Ключворд». С № 20/2012 журнал будет выходить еженедельно.

С № 06/2012 меняется периодичность выхода газеты «Ступени оракула. Спецвыпуск». Издание будет выходить один раз в две недели.

Начиная с октября 2012 года издание «777. Каникулы с Золотой антилопой» меняет периодичность и будет выходить ежемесячно.

СМИ ждут разъяснений Роскомнадзора по возрастной маркировке

Касающиеся онлайн-ресурсов формулировки закона о защите детей нуждаются в конкретизации, считают представители крупнейших сетевых СМИ. Они готовы промаркировать контент сайтов по возрастным категориям, но далее намерены дожидаться уточнений от Роскомнадзора.

Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вступил в силу 1 сентября 2012 года и ввел несколько степеней ограничения: «6+», «12+», «16+» и «18+». К категории «18+» относится информация, которая побуждает к опасным для жизни действиям или самоубийству, оправдывает противоправное поведение, провоцирует желание употреблять наркотики, алкоголь или табак, либо заниматься проституцией, бродяжничеством и играть в азартные игры, ставит под вопрос семейные ценности и уважение к родителям, содержит нецензурную лексику или порнографические эпизоды.

Классифицировать свои продукты по категориям должны сами производители и распространители, при желании привлекая аккредитованных экспертов. Госорганы будут надзирать за соблюдением закона и также смогут инициировать экспертизу. При этом Роскомнадзор уточнил, что новостные ленты интернет-СМИ не будут маркироваться по возрасту.

Роскомнадзор заявил, что не будет откладывать вступление закона в силу, но готов учесть замечания представителей отрасли. Как рассказал РИА «Новости» в четверг глава ведомства Александр Жаров, в сентябре они собираются проанализировать правоприменительную практику и в октябре еще раз обсудить с представителями СМИ этот вопрос. Жаров отметил, что, обобщив все предложения, ведомство готово дать законодателям отраслевое заключение по поводу того, что и где нужно поправить.



Формулировки неясны

Руководитель юридической службы «Коммерсанта» Георгий Иванов считает нынешние формулировки закона размытыми и субъективными. По его словам, это позволяет трактовать документ достаточно широко, что смущает участников рынка, которые опасаются применения каких-то репрессий.

«Можно всегда счесть какую-то информацию либо экстремистской, которая находится на пограничном уровне, либо наносящей вред здоровью детей. Кто-то может счесть, что есть натуралистическое изображение катастрофы, а кто-то — что ничего натуралистического там нет. Мы этого не знаем», — сказал Иванов.

По мнению первого замглавы объединенной редакции новостей

РИА «Новости» Ирины Кедровской, оценить, относится та или иная информация к определенной группе, могут только эксперты.

«Пока такой комиссии нет. Поэтому порог возрастного ограничения установим самостоятельно по итогам консультаций с юристами. Но спорных случаев, когда возможна разновозрастная трактовка, так сказать, гораздо больше, чем безусловных. Поэтому будем готовить запросы по конкретным случаям, чтобы получить разъяснения от экспертов Роскомнадзора», — сказала Кедровская.

При этом, подчеркнула она, 1 сентября агентство в соответствии с законом введет маркировку по возрасту на всех своих сайтах, зарегистрированных в качестве СМИ.

продолжение на стр. 5

СМИ ждут разъяснений... (продолжение)

Главный редактор сайта «Ведомости.ру» Павел Сухов настаивает, что закон нуждается в разъяснениях.

«Мы собираемся выполнять требования закона в той части, в которой они нам сейчас понятны. Мы, конечно же, не будем делать ничего, не согласующегося с буквой закона, мы пометим наши материалы как относящиеся к определенной возрастной группе. Но поскольку сейчас много неясных формулировок, мы ожидаем уточнения от людей, чья это была законодательная инициатива», — сказал он.

Большинство предпочтет «16+»

«Коммерсант» заявил, что отдельно маркировать материалы не собирается.

«Пока, во всяком случае. Поскольку у нас достаточно ровная содержательная часть материалов и есть своя внутренняя цензура», — сказал руководитель юридической службы издания. — Это касается и продукции, которая у нас выпускается: бумажная и сайта. А также собственно и рекламы, которая сейчас крутится у нас на радио и в других средствах массовой информации. Она помечена «16+», — отметил Иванов.

По его мнению, формулировка требований о возрастной маркировке продукции вызывает ряд противоречий: сообщения деловых или общественно-политических изданий предназначены для взрослых (старше 18), но при этом не навредят детям.

«То есть маркируя свою продукцию «18+», «Коммерсант» бы признавался в том, что в ней есть контент, который потенциально опасен для детей», — сказал он.

«Понятно, что большинство продукции, которая выпускается участниками рынка общественно-политических изданий, предназначено исключительно для взрослых. То есть для детей не предназначено. Но формулировка «для взрослых», которая содержится в законе, имеет несколько иное описание. Для взрослых маркируется та продук-

ция, которая может нанести вред детям», — считает Иванов.

«То есть мы не можем поставить на свою продукцию «предназначено только для взрослых», потому что с точки зрения закона это будет пониматься как «приносящая вред детям» или «которая может принести вред детям», а не «не предназначенная для детей». Немножко разные вещи», — продолжил он.

По словам Иванова, «закон... позволяет блокировать сайты, которые не предназначены для детей, хотя формально в них может не содержаться никакой информации, которая может нанести им вред. Естественно, большинство сайтов в таком случае будет ставить «16+» а не «18+»».

При этом Иванов сделал оговорку, что «на новостных сайтах напрямую не содержится информация, которая может нанести детям вред», но «может содержаться в том плане, как даются описания каких-то событий».

Электронные СМИ проиграют печатным

Главред портала «Газета.ру» Михаил Котов считает, что в результате вступления закона в силу печатные СМИ получают конкурентные преимущества перед электронными.

«Мы лишаемся, насколько я понимаю, части нашей аудитории. В связи с тем, что маркированные будут отсекаются программами родительского контроля. А во-вторых, они не будут транслироваться через открытое Wi-Fi-соединение», — сказал Котов.

Он также считает, что закон «сырой и не до конца продуманный».

«На мой взгляд, то, что происходит — это удар по законопослушным представителям отрасли СМИ. Мне кажется, что нас таким образом приравнивают к каким-то желтым или порноресурсам, когда мы должны какой-то значок, «16+», «18+», — полагает главред.

Котов также отметил, что в мировой практике маркировка для защиты детей от вредной информации касается, в основном, фильмов и специализированных изданий типа Playboy.

«Но я не видел, чтобы таким образом маркировались общественно-политические издания. И неважно, где они выходят — на бумаге или распространяются через Интернет», — сказал Котов.

Он добавил, что планирует в ближайшее время связаться с главредами других веб-изданий, серьезных деловых, общественно-политических сетевых СМИ, чтобы попытаться «внести какие-то свои изменения в действие этого закона».

Главный редактор NewsRuCom Елена Березницкая согласна, что «в самой плохой позиции оказываются интернет-ресурсы», в том числе из-за того, что «не хватает понимания, как этот закон соблюдать». Так, в законе не уточняется, «какого размера должны быть маркировки, в каком месте экрана они должны быть помещены», — сказала она.

«Роскомнадзор обещал в течение месяца нам подробнее все объяснить. Поэтому, я думаю, нам нужно это не комментировать, а подождать и посмотреть. Я официально отвечаю, что мы собираемся соблюдать закон», — сказала Березницкая.

По ее мнению, применение закона в отношении СМИ не обойдется без ущерба для информации.

«К сожалению, у нас бывают новости страшные, печальные и грустные. Любая новость может быть потом интерпретирована как наносящая вред детской психике. Как я понимаю, сейчас все очень сыро. Я считаю, что в закон нужно внести как можно больше конкретики, потому что сейчас он носит сугубо общий характер», — прокомментировала Березницкая.

РИА Новости

21 год свободному рынку печатных СМИ России

11 сентября 2012 года свободному рынку печатных СМИ России исполнился 21 год.

Началом формирования свободного рынка СМИ современной России является опубликование в печати 11 сентября 1991 года подписанного Президентом России Указа № 111 «О мерах по защите свободы печати в РСФСР». В нем впервые были сформулированы принципы перехода системы средств массовой информации на рыночные отношения.

После опубликования Указа в России началось формирование свободного рынка печатных СМИ. Стали появляться различные форматы продажи печатной продукции, новые формы собственности в этой сфере. Розничные продажи прессы в то время осуществляли в основном ручники, лоточники и оставшиеся в наследство от «Союзпечати» достаточно разветвленные киосковые сети. В условиях становления рынка такая структура розничного распространения периодической печати была вполне оправданна и в целом способствовала удовлетворению запросов населения. Постепенно начинал складываться и качественно иной институт подписки, где прежнюю монополию государства в этой сфере нарушили новые подписные агентства, предлагавшие населению более полный набор подписных услуг.

В период с 2001 по осень 2008 года рынок периодики, преодолевая трудности роста, демонстрировал хорошую динамику развития. Значительными темпами росли инвестиции, капитализация медиакомпаний, их доходы от рекламы и реализации тиражей. На рынке появилось большое количество новых газет и журналов, отражающих самый широкий спектр информационных потребностей граждан. Кризис 2008–2009 годов нанес отрасли удар, но в целом был успешно преодолен.

В настоящее время рынок издания и распространения печатной продукции приобрел черты современной



индустрии, он последовательно избавляется от пороков первоначального периода, становится все более цивилизованным, технологичным, отвечающим требованиям времени. На рынке печатных СМИ России 80 тыс. газет и журналов, которые реализуются в более чем 40 тыс. киосков и павильонов прессы. Печать также продается в тысячах гипер- и супермаркетов, в отделениях связи Почты России, около 30 процентов всех тиражей распространяется через подписку. Суммарный оборот рынка в год составляет почти 80 млрд руб.

В условиях бурного развития Интернета рынок печатных СМИ демонстрирует широкое внедрение конвергенции и мультимедийности. Многие издатели и дистрибуторы в новых условиях реализуют концепцию «360 градусов», когда контент распространяется по всем возможным каналам и на всех возможных носителях. Цифровые технологии становятся неотъемлемым атрибутом издательской и распространительской деятельности.

В то же время, на рынке печатных СМИ России имеются проблемы, тормозящие его развитие. В их числе — неоправданно высокое налогообложение, высокие таможенные пошлины, крупные отчисления

в социальные фонды, отсутствие эффективных мер господдержки отрасли, произвол чиновников в ряде регионов, уничтожающих киоски прессы.

Действенным шагом на пути преодоления этих проблем могло бы стать принятие специального закона о государственной поддержке российских печатных средств массовой информации и системы их распространения. Законодательное закрепление механизмов помощи индустрии печатных СМИ будет способствовать упрочению принципов цивилизованного функционирования свободного российского рынка прессы, повышению эффективности медиабизнеса. Это, в свою очередь, благоприятно скажется на укреплении единого информационного пространства и информационной безопасности России, обеспечении конституционного права граждан страны на получение информации.

При всех имеющихся проблемах, 21-я годовщина свободного рынка печатных СМИ России является важным поводом не только вспомнить историю его становления и бесспорные достижения, но и сосредоточиться на нерешенных задачах.

Пресс-служба АРПП

Работа с клиентами ведется **на основании договора или через мелко-оптовые магазины.**

Цена, по которой клиент будет получать товар **зависит** от величины товарооборота клиента в месяц и выбранного им варианта работы и условий доставки товара.

1. Работа с предварительным заказом периодических изданий с гарантированным выкупом товара (постоянный заказ).

Цена квотная — заказ клиента превышает 100 000 рублей в месяц.

Заключение договоров и осуществление прямых поставок для клиентов, чей заказ меньше необходимого для получения квотной цены, производится только по индивидуальному согласованию с коммерческим отделом ООО «АРПИ «Сибирь».

Во всех случаях подразумевается наличие предоплаты на счете клиента на момент отгрузки товара. Информация о балансе клиента высылается на электронную почту ежедневно. Клиент обязан следить за своевременным пополнением своего счета. При отсутствии предоплаты поставка товара будет остановлена.

2. Внимание! Дополнительный заказ периодики из складских запасов для постоянных клиентов осуществляется **по ценам основного договора!**

3. Приобретение товара в свободной продаже на точках мелкооптовой торговли — **цена базовая.**

Размер приобретаемой партии — любой, скидок нет. Возможно резервирование товара под заказ клиента. Обязанности по сбору заявок, слежению за их выполнением и аккуратностью выкупа товара клиентами возложены на продавца точки. Торговля осуществляется на согласованных условиях через ЗАО «АРП «ФраМ».

Дополнительные услуги по просьбе клиента

- предоставление рейтингов продаж изданий в разных регионах;
- консультации по организации оптовой и розничной торговли;
- предоставление рекламной продукции от издателей (плакаты, листовки, стикеры);
- консультации по торговому оборудованию;
- консультации по подбору ассортимента;
- информирование о различных акциях, конкурсах, проводимых издателями.

Получение и доставка товара

Клиент может получать заказанный товар со склада самовывозом, либо товар доставляется почтой, транспортом поставщика или любым другим видом транспорта (автобус, поезд, самолет). Клиенты, получающие товар с доставкой, могут оплачивать доставку по отдельному счету либо получать товар по ценам, в которых учитывается стоимость доставки (формируются индивидуально для каждого клиента в зависимости от региона и способа доставки).

КОНТАКТЫ

С претензиями и предложениями по работе сотрудников обращаться к руководству компании:

Генеральный директор — **Гаврилов Сергей Давидович**

Коммерческий директор — **Вяткин Константин Владимирович**

Просим клиентов обращаться по вопросам:

— **координации работы коммерческого отдела** к Вяткину Константину Владимировичу (коммерческий директор) k.vyatkin@sibir.su;

— **перспективного заказа периодики и изменения заказа, состоянию дебиторской задолженности** к вашему менеджеру;

— **информации о выходе изданий, их описание, о заказах на товары, отсутствующих в прайсе** к Ванькову Андрею Юрьевичу (руководитель группы работы с поставщиками) a.vankov@sibir.su;

— **организации развоза по Новосибирску или доставки в другие регионы** к Катаеву Денису Сергеевичу (руководитель транспортного отдела) transsib@sibir.su;

— **организации маркетинговых мероприятий по продвижению изданий** к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы);

— **вопросам работы филиалов** к Курченко Елене Николаевне (управляющий региональными подразделениями) e.kurchenko@sibir.su;

— **по размещению рекламы в корпоративных изданиях АРПИ «Сибирь» и отражению и оформлению информации в корпоративных изданиях, получения анонсов** («Пресса в «Сибири», сайт компании в Internet) к Поротниковой Ольге Николаевне o.porotnikova@sibir.su (руководитель группы маркетинга и рекламы), Ярошевскому Александру Ростиславовичу (шеф-редактору журнала «Пресса в «Сибири») designer@sibir.su.

Претензии по любому поводу направляйте по адресу pretenzia@sibir.su

КОНТАКТЫ

АДРЕСА:

• **склад хранения и склад
рассыла:**
ул. Немировича-Данченко, 104,
здание типографии «Советская
Сибирь»,
тел./факс (383) 22-777-67

• **офис:** 630048,
ул. Немировича-Данченко, 104,
тел. (383) 22-777-67

www.arpi-sibir.ru

ОПТОВЫЕ МАГАЗИНЫ НАШИХ ПАРТНЕРОВ



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383) 220-220-1



Время работы магазина: с 6.30 до 17.00.
Тел. (383) 346-51-83

**Региональные
подразделения
ООО «АРПИ «Сибирь»**

РОССИЯ

Москва – Тел. (499) 748-02-12,
(985) 229-51-48,

E-mail: msk@sibir.su

Екатеринбург –

Тел. (904) 540-09-12,

E-mail: eburg@sibir.su

Тюмень –

Тел. (345-2) 46-55-15,

E-mail: tumenrp@arpi-sibir.ru

Омск – Тел. (381-2) 539-895,

E-mail: omskdir@sibir.su

Красноярск –

Тел. (391) 221-93-50,

E-mail: krsn@sibir.su

Иркутск – Тел. (950) 129-45-06,

E-mail: irkt@sibir.su

Улан-Удэ –

Тел. (301-2) 44-34-78,

E-mail: yyde@sibir.su

Чита – Тел. (302-2) 44-21-09,

E-mail: chita@arpi-sibir.ru

Хабаровск –

Тел. (914) 771-48-81,

E-mail: habar.dir@sibir.su

КАЗАХСТАН

Алматы – Тел. (727-2) 50-34-25,

E-mail: presst.dir@sibir.su

Петропавловск –

Тел. (715-2) 36-49-36,

E-mail: presst.petr@sibir.su

Павлодар –

Тел. (718-2) 54-36-99,

E-mail: presst.pavi@sibir.su



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (383) 41-27-621



Время работы магазина: с 7.00 до 16.00.
Тел. (383-43) 2-04-81



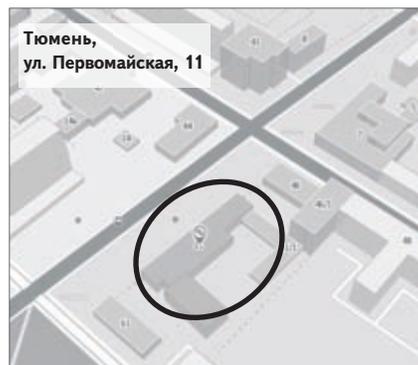
Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (382-2) 90-03-70



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (381-2) 91-30-88



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
E-mail: fram-kurgan@arpi-sibir.ru



Время работы магазина: с 7.00 до 17.00.
Тел. (3452) 55-23-70

ИЗВЕСТНЫЙ ВО ВСЕМ МИРЕ РОССИЙСКИЙ ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ «ЮНОСТЬ» ВЫХОДИТ С ИЮНЯ 1955 ГОДА.

В разное время в «Юности» публиковались такие замечательные поэты и прозаики, как Анна АХМАТОВА, Евгений ЕВТУШЕНКО, Николай РУБЦОВ, Василий АКСЕНОВ, Борис ВАСИЛЬЕВ, Юнна МОРИЦ, Новелла МАТВЕЕВА, Иосиф БРОДСКИЙ, Саша СОКОЛОВ, Юрий КУЗНЕЦОВ и многие другие — практически весь цвет нашей многонациональной литературы.

В настоящее время «Юность» публикует произведения современных авторов, помогает профессиональному становлению начинающих прозаиков, поэтов и публицистов.



«ЮНОСТЬ» НЕОБХОДИМА:

- для воспитания детей
- для сдачи экзаменов
- для путешествий
- для понимания литературного процесса и книжного рынка
- для семейных отношений
- для романтической любви
- для успехов в творчестве
- для постижения смысла жизни

Долгое время наш журнал распространялся только по подписке. Теперь «Юность» смогут купить не только жители Москвы и Санкт-Петербурга, скоро он появится и в Сибири!

ВАША «ЮНОСТЬ» ВСЕГДА С ВАМИ!

Формат А4; объём 132 полосы; вес 200 г; стандарт пачки 16 экз.; периодичность 1 раз в месяц; возврат 100%



Cosmopolitan

Beauty 2012

Два журнала в одном!

Зима 2012: проект «до и после»

Как отпраздновать Новый Год

Зима – сезон обновления!

Заказывайте в АРТИ «Сибирь»
журнал для самых красивых!

ЗАКАЗЫВАЙТЕ В АРШ «СИБИРЬ»!



Контроль
подлинности товара
в торговой точке

**КВОТНАЯ
97 КОП. ЦЕНА**

Размер 100x70 мм

Выверенные
пропорции

для заполнения

Матовая бумага

Удобный формат

фасовки —

50 шт. в термоусадочной
плёнке

В пачке — 1000 шт.



Товар включён в программу
«Единая цена».

Вы не платите за доставку!

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ!